

Lehtemme viime numerossa (1/1977) julkaistiin alkoholijuomien mainontaa koskeva sosiaali- ja terveysministeriön päätös sekä Alkon hallintoneuvoston hyväksymät ohjeet. Seuraavassa varatuomari Junno Pekkala käsittelee yksityiskohtaisemmin päätökseen ja ohjeisiin liittyviä kysymyksiä ja tulkintoja.

JOHDANTO

Alkoholimainonnan kieltämiseen liittyviä kysymyksiä selviteltyt sosiaali- ja terveysministeriön syksyllä 1972 asettama toimikunta jätti mietintönsä syksyllä 1974. Toimikunta ei pitänyt mahdollisena alkoholimainonnan täydellistä kieltämistä. Toimikunnan jäsenten enemmistön kannan mukaan alkoholimainonnan 1. 10. 1972 lähtien voimassa ollut säännöstö ja valvontajärjestelmä oli säilytettävä pääpiirteittäin ennallaan. Vähemmistön mielestä alkoholijuomien mainonta oli kieltävä kaikissa julkisissa mainosvälineissä, kuten esim. sanoma- ja aikakauslehdissä sekä ulko- ja liikennemainoksissa. Mainonta voitaisiin sallia ainoastaan hotelli- ja ravintola-alan ammattijulkaisuis- ja anniskelu- ja vähittäismyyntipaikoissa.

Hallitus antoi eduskunnalle syksyllä 1975 pääpiirteissään toimikunnan vähemmistön kantaan perustuvan esityksen alkoholilain ja keskiolutlain muuttamisesta. Hallituksen esityksen yleisperusteissa lausuttiin mm. seuraavaa:

"Keskeisenä keinona vähentää alkoholijuomien haittavaikutuksia on kulutuksen hillitseminen. Alkoholimainontaa on pidettävä eräänä alkoholijuomien

mien kokonaiskulutuksen määrään vaikuttavana osatekijänä, jota säätelämällä voidaan vaikuttaa myös alkoholijuomien kulutukseen. Mainonnan avulla luodaan lisäksi myönteisiä asenteita alkoholin käyttöä kohtaan ja herätetään uusia tarvetottumuksia. Tästä johtuen hallitus katsoo olevan perusteltua, että alkoholijuomien mainontaa nykyisestään voimakkaasti rajoitetaan. Toimenpiteellä voidaan lisäksi pitkällä aikavälillä otaksua olevan myönteisiä vaikutuksia yhteiskunnassa vallitseviin alkoholijuomien käyttöä koskeviin asenteisiin sekä ennaltaehkäisevän valistus- ja tiedotustoiminnan harjoittamisen edellytyksiin."

Eduskunta hyväksyi vuoden 1976 keväällä hallituksen esitykset eräiltä osin niitä vielä tiukentaen. Maaliskuun 1. päivänä 1977 tulivat voimaan laki alkoholilain muuttamisesta (678/76), laki keskioluesta annetun lain muuttamisesta (679/76) sekä asetukset alkoholijuomista (96/77) ja keskioluesta annetun asetuksen (97/77) muuttamisesta samoin kuin sosiaali- ja terveysministeriön päätös alkoholijuomien mainonnasta (99/77).

Säännösten nojalla myös alkoholiyhtiön hallintoneuvosto on antanut sosiaali- ja terveysministeriön yleisten ohjeiden puitteissa edellä sanottua toimintaa koskevia ohjeita.

YHTEENVETO

Uusien säännösten, määräysten ja ohjeiden mukaan alkoholijuomien (ml. siis keskiolut) mainonta on sallittu ainoastaan — majoitus- ja ravitsemisalan ammattijulkaisuisissa,

— alkoholilain alaisissa alkoholijuomien anniskelu- ja vähittäismyyntipaikoissa,

— sellaisessa ulkomaisessa painokirjoi-

tuksessa, jonka pääasiallinen tarkoitus ei ole alkoholijuomien mainonta.

Alkoholijuomien mainonta on muutoin kielletty. Näin ollen esim. keskiolutilain alaisissa vähittäismyyntiliikkeissä ja an-niskelupaikoissa ei alkoholijuomia — kes-kiolut mukaan luettuna — saa mainostaa.

Muu kuluttajiin kohdistuva alkoholijuomien myynninedistämistoiminta on kokonaan kielletty. Myös on kiellettyä alkoholi-juomien mainonnan ja kuluttajiin koh-distuvan muun alkoholijuomien myyn-ninedistämistoiminnan liittäminen mui-den tuotteiden tai palvelujen mainontaan tai myynninedistämistoimintaan.

Yleisissä ohjeissaan sosiaali- ja ter-veysministeriö on edellyttänyt Alkon huolehtivan siitä, että alkoholijuomien mainonta pysyy sanonnaltaan ja kuvituk-seltaan asiallisena ja hillittynä. Mainontaa ja muuta myynninedistämistoimintaa koskevan kiellon noudattamista valvot-taessa on myös seurattava, ettei tätä kiellettyä toimintaa suoriteta esim. suo-ran mainonnan tai teksti- taikka muun piilomainonnan avulla.

Ministeriön ohjeiden mukaisesti Alkon hallintoneuvosto on antanut ohjeita mm. asiakasilloista ja vieraskäynneistä sekä asiakaslehdistä.

Mainontaa koskevien ja siihen liittyvien säännösten, määräysten ja ohjeiden nou-dattamista valvoo alkoholiyhtiö sekä pai-kallisella tasolla kunnalliset alkoholitar-kastajat ja keskiolutilain nojalla myös poliisi.

Alkoholijuomien mainonnasta annettu-jen ja siihen liittyvien säännösten rikko-misesta voi seurata sakkorangaistus.

SÄÄNNÖSTÖN SISÄLLÖSTÄ

Tässä kirjoituksessa kosketellaan alkoholi-juomien mainonnasta ja muusta myyn-ninedistämistoiminnasta annettuja ja näi-hin toimintoihin liittyviä säännöksiä, määräyksiä ja ohjeita sekä pyritään antamaan jo tässä vaiheessa eräitä sovel-lutus- ja tulkintaohjeita käytännön tar-peita varten. Aluksi todetaan, mitä uusien säännösten mukaan tarkoitetaan alkoholi-

lijuomien mainonnalla ja kuluttajiin koh-distuvalla muulla alkoholijuomien myyn-ninedistämistoiminnalla. Sitten kosketel-laan lyhyesti sallittua mainontaa majoi-tus- ja ravitsemisalan ammattijulkaisuis-sa sekä alkoholilain alaisissa alkoholijuomien anniskelu- ja vähittäismyyntipai-koissa samoin kuin alkoholimainonnan ja kuluttajiin kohdistuvan muun alkoholi-juomien myynninedistämistoiminnan liit-tämistä muiden tuotteiden tai palvelujen mainontaan taikka myynninedistämistoi-mintaan. Tämän jälkeen tehdään selkoa Alkon hallintoneuvoston asiaa koskevista ohjeista eräissä erityistapauksissa.

Tyhjentävien ohjeiden antaminen siitä, mitä on pidettävä alkoholijuomien kiel-lettyinä mainontana tai muuna myynnine-distämistoimintana, ei asian laadun ja laajuuden huomioon ottaen ole mahdollis-ta. Vain yksittäistapauksittain on mah-dollista arvioida, täyttääkö jokin toimen-pide mainonnalle tai muulle myynnine-distämistoiminnalle alkoholilainsäädän-nön nojalla määräytyvät tunnusmerkis-töt. Tämän vuoksi olisi toivottavaa, että mainostajat yleisesti vakiintuneen käy-tännön mukaisesti edelleen kääntyvät alkoholiyhtiön puoleen mainosasioissa jo ennakkoon saadakseen yhtiön käsityksen siitä, onko jotakin alkoholijuomien val-mistukseen, maahantuontiin tai myyntiin osallistuvan suunnittelemaa toimenpidet-tä pidettävä kiellettyinä vai ei.

Mitä tarkoitetaan alkoholijuomien mainonnalla ja muulla alkoholijuomien myynninedistämistoiminnalla

Mainonta ja muu myynninedistämistoi-minta voidaan määritellä monella eri tavalla, ja useita määritelmiä voidaan perustellusti pitää ”oikeina”. Määritelmä voi olla ahdas tai laaja-alainen. Sisältö jää paljolti riippumaan niistä perimmäisistä tavoitteista, joihin käytännössä on kat-sottu tarpeelliseksi pyrkiä. Mikäli jokin toiminta pääsäännön mukaan halutaan saada kielletyksi ja ainoastaan erikseen mainitussa muodossa ja laajuudessa salli-tuksi, on kiellettyinä pidettävän toimin-

nan alue määriteltävä laaja-alaisesti, kuten nyt on tapahtunut.

Alkoholijuomista annetun asetuksen 37. a §:n mukaan alkoholilakia ja sen nojalla annettuja säännöksiä ja määräyksiä sovellettaessa tarkoitetaan:

1. alkoholijuomien mainonnalla alkoholijuomien valmistukseen, maahantuontiin tai myyntiin osallistuvien

- itse harjoittamaa tai
- kustantamaa taikka
- tukemaa

kuluttajiin kohdistuvaa ilmoittelua ja muuta viestintää, jonka tarkoituksena on saada aikaan tai edistää alkoholijuomien menekkiä liiketoiminnassa; sekä

2. kuluttajiin kohdistuvalla muulla alkoholijuomien myynninedistämistoiminnalla muuta kuin 1. kohdassa tarkoitettua kuluttajiin kohdistuvaa toimintaa,

— jonka tarkoituksena on tai joka yleisen kokemuksen mukaan voi saada aikaan tai edistää alkoholijuomien menekkiä liiketoiminnassa.

Asiasisällöltään vastaava säännös keskioluen osalta on keskioluesta annetun asetuksen 21. a §:ssä.

Sekä mainonnan että muun myynninedistämistoiminnan tunnusmerkistöihin sisältyy siis vaatimus siitä, että toimintojen tulee kohdistua kuluttajiin. Näissä säännöksissä tarkoitettuina kuluttajina ei voida pitää alkoholijuomien valmistukseen, maahantuontiin tai myyntiin osallistuvia. Siten yksinomaan näihin kohdistettava mainonta ja muu myynninedistämistoiminta on edelleenkin sallittua siten kuin jäljempänä esitetään.

Valmistukseen, maahantuontiin tai myyntiin osallistuviin voidaan alkoholilyhtiön lisäksi katsoa kuuluvan seuraavat yrittäjät henkilökuntineen:

- alkoholilyhtiöön sopimussuhteessa olevat alkoholijuomien valmistajat (panimot, viini- ja likööritehtaat),
- alkoholilain alaiset vähittäismyynti- ja anniskelupaikat,
- keskiolutlain alaiset vähittäismyynti- ja anniskelupaikat,
- ulkomaisten alkoholijuomien valmistajien täällä olevat edustajat (agentit),

— alkoholijuomien maahantuontiin ja erityismyyntiin oikeutetut laivakauppiaat,

— alkoholijuomien maahantuontiin oikeutetut vesi- ja ilmakulkuneuvon haltijat.

Näiden itsensä harjoittaman ilmoittelun ja muun viestinnän lisäksi tarkoitetaan siis mainonnalla myös sellaista kuluttajiin kohdistettua viestintää, jonka valmistukseen, maahantuontiin tai myyntiin osallistuva

— kustantaa tai

— jota ainakin tuetaan jonkin näistä toimesta.

Määritelmä käsittää näin ollen myös taustalla toimivan rahoittajan tai toimintaa muutoin tukevan yrityksen tahi henkilön.

Viestinnällä tulee olla tietty tarkoitus: saada liiketoiminnassa aikaan alkoholijuomien uusmenekkiä tai edelleen lisätä jo aikaansaattua menekkiä.

Muu kuluttajiin kohdistuva toiminta,

— jonka tarkoituksena on tai

— joka yleisen kokemuksen mukaan voi saada aikaan tai edistää

alkoholijuomien menekkiä liiketoiminnassa, on kokonaan kielletty. Sanonta ”yleisen kokemuksen mukaan voi saada aikaan tai edistää” tarjoaa säännösten noudattamisen valvojille laajat mahdollisuudet puuttua erilaisiin varsinaisen ilmoittelun ja muun viestinnän ulkopuolelle jääviin myynninedistämiskeinoihin, kuten esim. teksti- ja muuhun piilomainontaan. Toisaalta valvojien on syytä varoa liioittelua eikä tulkinta in casu saa käytännössä johtaa mielivaltaan.

Kuten jo alussa todettiin, sallitun mainonnan tulee sekä sanonnan että kuvituksen osalta olla hillittyä ja asiallista. Tämän tavoitteen mukaisesti ovat sosiaali- ja terveysministeriön päätöksen sisältämät määräykset sallitusta mainonnasta mm. majoitus- ja ravitsemisalalan ammatijulkaisuissa ja anniskeluravintoloissa varsin tiukat ja yksityiskohtaiset. Lisäksi on hyvä huomata, että varsinaisen ohjeituksen lisäksi mainonnassa edellytetään noudatettavan hyviä mainostapoja.

Mainonta majoitus- ja ravitsemisalan ammattijulkaisuissa

Alkoholijuomien mainonta on sallittu sosiaali- ja terveysministeriön kussakin tapauksessa erikseen nimeämässä majoitus- ja ravitsemisalan ammattijulkaisussa. Tällaisen julkaisun tulee täyttää eräät ministeriön päätöksessä (99/77; 3—5 §) asetetut vaatimukset. Julkaisun tulee olla (3 §)

1. majoitus- ja ravitsemisalan ammattihenkilöiden muodostaman yhdistyksen tai muun vastaavan yhteisön julkaisema;

2. aikakautinen painokirjoitus tai muu vähintään kahdesti vuodessa ilmestyvä julkaisu;

3. sellainen, että sen levikistä valtaosa kohdistuu jäsenkuntaan;

4. sellainen, että julkaisun tarkoituksena on jäsenkunnan ammattitaidon ylläpitäminen ja edistäminen sekä ammatillisen tiedontarpeen tyydyttäminen.

Yhdistyksen tai muun em. yhteisön tulee kääntyä sosiaali- ja terveysministeriön puoleen ja pyytää lehden nimeämistä sellaiseksi ammattijulkaisuksi, jossa alkoholijuomien mainonta määrätyissä rajoissa on sallittua. Hakemuksessa on esitettävä riittävä selvitys siitä, että julkaisu täyttää asetetut vaatimukset.

Ammattijulkaisussa olevan alkoholimainoksen sisältöä koskevat määräykset ovat suunnilleen samat kuin ne, jotka aikaisemmin olivat voimassa lehti-ilmoittelussa yleensä (4—5 §). Niinpä mainos saa pinta-alaltaan vastata enintään A4-kokoa tai sitä vastaavaa lehden sivukokoa. Mikäli samassa lehden numerossa — mahdollisine liitteineen — julkaistaan useita saman alkoholijuomien valmistajan alkoholimainoksia, saa niiden yhteen laskettu ala vastata enintään edellä tarkoitettua A4-kokoa. Julkaisussa voi näin ollen olla alkoholimainoksia kaikkiaan enemmänkin kuin A4-kokoa vastaava määrä sillä edellytyksellä, että saman valmistajan ilmoitukset eivät yhteensä ylitä mainittua kokoa. Mainos saa sisältää:

1. tuotteen valmistajan, maahantuojaan ja edustajan nimen (joko kaikki tai yhden

tahi kaksi näistä kolmesta);

2. tuotteen nimen;

3. merkinnän tuotteen tyypistä (kevyt, täyteläinen, vaalea, tumma, makea, kuiva jne.), lajista (olut, punaviini, valkoviini, konjakki, viski, likööri, rommi jne.), käytötarkoituksesta, alkoholipitoisuudesta (paino-% tai tilavuus-% tahi molemmat) ja oluen kantavierteen väkevyydestä;

4. maininnan tuotteen alkuperämaasta (ranskalainen, espanjalainen, Italiasta, Skotlannista), alkuperäalueesta (Bordeauxin, Bourgognen punaviini) ja alkuperäpaikasta (Lahtelainen, Auran olut Turusta; mikäli samaa olutmerkkiä valmistetaan useammalla eri paikkakunnalla, on alkuperästä ilmoitettaessa mainittava ao. valmistuspaikka);

5. maininnan tuotteen hinnasta ja Alkon hinnastonumerosta;

6. kuvituksena tuotteen, sen etiketin, lahjapakkauksen ja juoma-astian kuvan (joko kaikki tai jokin tahi useampi niistä).

Mikäli mainonta koskee uutta alkoholijuomaa, nimeä, etikettiä tai pullokokoa, saadaan ilmoitukseen sisällyttää näitä koskeva lisämaininta. Taustakuvituksen käyttäminen on kielletty.

Mainoksessa saadaan kertoa myös alkoholijuoman käyttötarkoituksesta, mikä aikaisempien ohjeiden mukaan ei ollut mahdollista. Mainoksen informatiivista sisältöä voidaan näin ollen entisestä lisätä. On kuitenkin muistettava, että mainonnan edellytetään kaikilta osin olevan hillittyä ja asiallista.

Uutta on myös se, että mainosta ei saa sijoittaa ammattijulkaisun kansilehtien ulkopinnoille. Tällä on haluttu estää ”ulkomainonta” esim. lehtikioskeissa ja muualla ulkona tai sisätiloissa, joissa kuluttajien ostettavissa olevia lehtiä pidetään näytteillä.

Mainonta alkoholilain alaisissa anniskelupaikoissa

Alkoholilain alaisessa anniskelupaikassa saa alkoholijuomien mainontaa harjoittaa siinä laajuudessa ja muodossa kuin sosiaali- ja terveysministeriön em. päätök-

sessä on määrätty (4 §; 6—7 §).

Mainoksen sisältöön nähden on soveltuvin osin noudatettava niitä määräyksiä ja rajoituksia, jotka ovat voimassa ammattijulkaisujen osalta. Niissä voidaan siis jonkin verran joustaa ja näin ottaa huomioon anniskeluravintolan erityisluonne paikkana, jossa myydään alkoholi-juomia.

Mainontaa em. anniskelupaikoissa saa harjoittaa (4 §; 6 §)

1. painotuotteissa, joita ei ole tarkoitettu annettavaksi asiakkaalle hänen poistuessaan anniskelupaikasta (esimerkkeinä mainitaan julisteet, ruoka- tai muut vastaavat liinat tahi alustat, ruoka- ja viinilistat, hinnastot ja muut luettelot sekä vaatelaput);

2. ruokailuun, anniskeluun ja muuhun anniskelupaikan tavanomaiseen toimintaan liittyvissä esineistöissä ja kalusteissa (esim. ruoka- ja juoma-astiat, tuhkakupit, pöytien numerolaput ja varauskortit, jäävesikannut, cocktailtikut, sekoitinlusikat ja vastaavat sekä muu tavanomainen, esim. baaritiloissa yleinen koriste-esineistö).

Anniskelupaikassa saadaan mainostaa myös tuotteiden ja niiden pakkausten esillepanolla (mainospulлот seinävitriineissä, lahjapakkaukset jne.). Mainospulloissa ei kuitenkaan saa olla alkoholia, sillä anniskelupaikassa ei yleensä saa olla muita alkoholijuomia kuin niitä, joita anniskelupaikkaan on toimitettu Alkon toimesta tai suostumuksin anniskelua varten.

Luetteloa on pidettävä tyhjentävänä niiden keinojen suhteen, joilla määräyksissä tarkoitettu viestintä saa tapahtua. Niinpä esim. alkoholijuomien mainontaa diakuvien avulla ei voida hyväksyä anniskelupaikassa, vaikka kuva sisältäisi ainoastaan edellä mainitun mukaan sallitut ainekset. Hyväksyttävänä ei myöskään pidettäisi sitä, että henkilökunta esiintyy ravintolassa sellaisessa asussa tai kantaisi yllään sellaista esineistöä, joka voitaisiin tulkita tietyn alkoholijuomamerkin tahi yleensä alkoholijuomien mainostamiseksi.

Mainonta anniskelupaikoissa on järjestettävä siten, ettei se ole huomiota herättävästi havaittavissa anniskelupaikkaan kuuluvien tilojen ulkopuolelta.

Näin ollen on kiellettyä esim. mainospullojen sijoittelu ravintolan ikkunalle tai muutoin selvästi ulospäin näkyvästi. Näkyvä mainonta ulkotarjoilualueella on myös kielletty (erilaiset päivänvarjot, joissa on alkoholijuomamerkin nimi tai lyhenne, joka viittaa siihen). Ulkotarjoilualueen pöydissä saa kuitenkin olla sellaista mainosesineistöä, joka edellä olevan mukaan on sallittua sisällä anniskelupaikassa (mm. alustat, viini- ja ruokalistat, tuhkakupit jne.).

Alkoholijuomien valmistajan tuotteen myynnin edistämiseksi ei anniskelupaikassa saa asiakkaille järjestää esim.

— olut- yms. iltoja tai

— alkoholijuomaan liittyviä palkintokilpailuja taikka muuta ohjelmaa tahi

— tarjota tai arpoa alkoholijuomia.

Tämä on johdonmukaista anniskeluso-pimuksen ehtojen kanssa, joiden mukaan ravintoloitsija ei saa toimia alkoholijuomien valmistajan tai tämän edustajan asiamiehenä tai siihen verrattavana eikä muutenkaan toimia tietyn valmistajan tuotteiden myynnin edistämiseksi. Ravintoloitsija ei myöskään saa vastaanottaa eikä sallia henkilökuntansa vastaanottavan valmistajalta hyvitystä myydyistä alkoholijuomista eikä muitakaan valmistajan tuotteiden menekin parantamiseksi tarkoitettuja lahjoja tai etuuksia.

Asiakkaiden informoinnin kannalta on tärkeitä, että heillä on kohtuullinen mahdollisuus saada tietoonsa ravintolassa noudatettava alkoholijuomien hintataso. Anniskelupaikassa — ja ulospäin näkyvässä ilmoituksessa (esim. ovesa tai ikkunassa) — onkin luvallista ilmoittaa ravintolan hintataso mainitsemalla juomaryhmittäin alhaisin hinta perusannosta kohden.

Kaikkia juomaryhmiä ei tarvitse mainita, mutta keskioluen hinta on aina ilmoitettava (esim. konjakit alkaen ... mk; viskit alkaen ... mk; votkat alkaen ... mk; keskiolut ... mk). Ilmoituksessa ei saa esiintyä alkoholijuomien merkkimainontaa eikä ilmoituksen sävy saa olla alkoholijuomien käyttöön houkutteleva.

Ns. alennusmyynti-ilmoittelu on kielletty; esim. alkoholijuomien hintojen alentamista ei ole lupa-

mainita eikä käyttää hintojen alentamista koskevia sanontoja, jotka sisältävät myös alkoholijuomat (kaikki hinnat alennettu). Myöskään ei ole luvallista vertailla anniskelupaikan aikaisemmin käyttämiä alkoholijuomien hintoja uusiin alempiin hintoihin (alennetut tai muutetut hinnat).

Ilmoitus hinnoista voi koskea määrättyä ajankoh-
taa tai ravintolan osaa. Ilmoituksessa ei kuitenkaan
saa korostaa hintojen edullisuutta jonakin ajankoh-
tana tai jossakin anniskelupaikan osassa (iltapäiväl-
lä alennetut hinnat; drinkit iltapäivähintoihin; salis-
sa halvat hinnat jne.).

Edellä sanottu koskee myös lehdistössä
julkaistavaa anniskelupaikan ilmoitusta.

Ministeriön päätöksessä on nimenomai-
nen määräys yksittäiseen asiakkaaseen
tai asiakasryhmään kohdistuvasta suulli-
sesta mainonnasta ja muusta esittelystä.
Tästä antaa tarkempia ohjeita alkoho-
liyhitiön hallintoneuvosto. Niiden mukaan
anniskeluoikeuden haltija (= ravintoloit-
sija) tai anniskelupaikassa työskentelevä
henkilökunta ei saa asiakkaalle mainostaa
tiettyä alkoholijuomamerkkiä. Asiak-
kaalle voidaan kuitenkin esitellä alkoholi-
juomia. Esittelyn on oltava asiallista ja
tasapuolista ja siinä on vältettävä merk-
kimainontaa ja yksipuolisesti kalliiden ja
ulkomaista alkuperää olevien juomien
esille tuomista. Mikäli asiakas haluaa
henkilökunnan nimeävän juomaryhmästä
tietyn merkin, on asiakkaalle ohjeiden
mukaan suositeltava esim. mietojen vii-
nien ollessa kyseessä kotimaassa valmis-
tettua tai pullolettua juomaa, joka on
korkeatasoista mutta usein huomattavas-
ti vastaavaa ulkomaista pullolettua hal-
vempaa.

Mainonta alkoholilain alaisissa vähittäismyyntipaikoissa

Sosiaali- ja terveysministeriön päätök-
seen on otettu määräyksiä mainonnasta
myös alkoholiyhitiön vähittäismyyntipai-
koissa. Siitä ovat soveltuvin osin voimas-
sa ne määräykset, joita on annettu
mainonnasta alkoholilain alaisessa annis-
kelupaikassa.

Todettakoon, että toimintansa alussa
hyväksyttyä periaatetta noudattaen al-
koholiyhitiö on itse pidättynyt mainosta-

masta valmistamiaan ja pullottamiaan
alkoholijuomia.

Tarkempia ohjeita asiasta antaa tarvit-
taessa yhtiön hallintoneuvosto.

Ministeriön päätös ei koske alkoholialan
tiedotus- ja valistustoimintaa, jota alko-
holi-
liyhitiö omissa toimipisteissään harjoit-
taa alkoholilainsäädännön ja yhtiön hal-
lintoneuvoston sen nojalla tekemien pää-
tösten edellyttämässä laajuudessa ja
muodossa. Käytännössä tätä toimintaa
ohjataan yhtiön pääkonttorin myynti-
osaston, lähinnä sen kuluttajavalistussyk-
sikön toimesta.

*Alkoholijuomien mainonnan ja kulutta-
jiin kohdistuvan muun alkoholijuomien
myynninedistämistoiminnan liittäminen
muiden tuotteiden tai palvelujen mainon-
taan taikka myynninedistämistoimintaan*

Otsakkeessa mainittu toiminta on koko-
naan kielletty; Alkon hallintoneuvoston
ohjeissa on asiasta joitakin määräyksiä.
Niinpä on kielletty mm. alkoholijuoma-
pullojen, etikettien jne. käyttäminen mui-
den tuotteiden tai palvelujen mainonnas-
sa tai muussa myynninedistämistoimin-
nassa.

Esimerkkinä voidaan mainita huonekaluliikkeet,
jotka esim. tarjoiluvaunuja tai ns. baarikaappeja
esitellessään ovat rekvisiittana käyttäneet tyhjiä
alkoholijuomapulloja.

Alkoholijuomia ei saa mainostaa myös-
kään ns. baaritarvikekaupoissa ja vastaa-
vissa liikkeissä kuluttajille kaupan ole-
vien esineiden yhteydessä tai avulla.

Lähinnä ravintoloiden käyttöön tarkoitettuja baa-
ritarvikkeita (kannuja, laseja, kulhoja jne.), joissa on
alkoholijuoman nimi tai etiketti tai jokin muu
kuvallinen tai sanallinen alkoholijuomiin selvästi
viittaava ilmaisu, saa pitää kaupan, mutta niitä ei
saa esim. lehdissä mainostaa eikä pitää esillä
ikkunasomistuksessa.

Sellaisia esitteitä, kirjeitä jne., joihin
muiden tuotteiden ja palvelujen mainon-
nan tahi muun myynninedistämistoimin-
nan ohessa liittyy myös alkoholijuomien

mainontaa, saadaan jakaa ainoastaan alkoholijuomien valmistukseen, maahantuontiin ja myyntiin osallistuville. Mainonnan on tässäkin tapauksessa yleensä rajoitettava siihen, mitä edellä on sanottu ammattijulkaisuissa sallituista mainoksista.

ERÄITÄ ERITYISTAPAUKSIA

Tuotenimike-toiminimi tai sen lyhenne

Tietyn alkoholijuomamerkin nimi saattaa olla sama kuin alkoholijuoman valmistukseen, maahantuontiin tai myyntiin osallistuvan virallinen toiminimi tahi sen vakiintunut lyhenne taikka alkoholijuomamerkin nimi sellaisenaan tai olennaiselta osaltaan sisältyä toiminiimeen tai sen vakiintuneeseen lyhenteeseen (Lapin Kulta Oy, Koff, Raninin Oluttehdas Oy, Carlsberg, Tuborg, Long John, Four Roses, Hennessy, Martell jne.). Tällaisessa tapauksessa täyttää nimikkeen esittäminen esim. joukkotiedotusvälineissä pääsääntöisesti mainonnalta ja muulta myyinnedistämistoiminnalta vaadittavat tunnusmerkit ja on siten yleensä kielletty. Esim. tehtaan myyntivaraston tai konttorin sijainnin osoittamiseksi tarpeellisten tienviittojen ja muiden tavanomaisten opasteiden, nimilaattojen jne. ei kuitenkaan voida katsoa täyttävän näitä tunnusmerkitöjä kuin niissä tapauksissa, jolloin ne ovat tavalla tai toisella huomiota herättäviä. Tehdaskiinteistön katolla sijaitseva tehtaan ja samalla jonkin alkoholijuomamerkin nimen tai sen olennaisen osan sisältävä isokokoinen valotaulu tai muu näyttävä rakennelma taikka esim. lippu täyttää yleensä mainonnan tunnusmerkitöt, kun taas saman rakennuksen sisäänkäynnin yhteydessä sijaitseva kilpi, jossa on täysin sama teksti, ei sitä tee. Sama soveltuu myös mm. ajoneuvoihin; tavanomaiselta tieliikennelainsäädännön edellyttämältä kuorma-auton hytin ovesta sijaitsevalta toiminimen osoittamalta nimikkeeltä, vaikka se olisikin sama kuin jonkin alkoholijuomamerkin nimi tai sen olen-

nainen osa, puuttuu yleensä mainonnan tunnusmerkitöt. Sen sijaan sama teksti isoin kirjaimin muualle ajoneuvoon sijoitettuna on arvioitava toisin.

Edellä sanotun huomioon ottaen on alkoholilyhtiön hallintoneuvoston ohjeissa seuraava kohta:

"Mikäli tietyn alkoholijuomamerkin nimi on sama kuin alkoholijuomien valmistukseen, maahantuontiin tai myyntiin osallistuvan virallinen toiminimi tahi sen vakiintunut lyhenne taikka alkoholijuomamerkin nimi sellaisenaan tai olennaiselta osaltaan sisältyy toiminiimeen tai sen vakiintuneeseen lyhenteeseen, saadaan tällaista alkoholijuomamerkin nimeä tahi lyhennettä käyttää esim.

- yrityksen omassa tai sen käytössä olevassa kuljetus- yms. kalustossa,
- yrityksen omistamissa tai hallitsemisissa teollisuus- ja vastaavissa kiinteistöissä sekä
- oluen ja long drink -juomien ns. myyntivarastokiinteistöissä

vain sillä edellytyksellä, että siihen on liitetty ilmaisu, joka selvästi viittaa yrityksen valmistamiin muihin tuotteisiin kuin alkoholijuomiin tai se on sijoitettu huomiota herättämättömällä tavalla."

Edellä tarkoitettu kuvallisen tai sanallisen ilmaisun liittäminen toiminimeen tai sen lyhenteeseen voidaan käytännössä toteuttaa esim. siten, että viimeksi mainittuihin liitetään riittävän näkyvästi ao. yrityksen valmistamien virvoitusjuomapullojen kuvia tai lisäteksti, jossa selvästi viitataan virvoitusjuomiin.

Keskiolutilain alaiset vähittäismyynti- ja anniskelupaikat

Keskiolutilain alaisissa keskioluen vähittäismyynti- ja anniskelupaikoissa on alkoholijuomien — siis myös keskioluen — mainonta ja kuluttajiin kohdistuva muu myyinnedistämistoiminta täysin kielletty. Tässä kohdassa eduskunnan talousvaliokunta tiukensi hallituksen esitystä lausuen mietinnössään, että "valiokunta ei voi pitää alkoholipoliittisesti oikeana sitä, että keskiolutta voitaisiin mainostaa vähittäismyynti- ja anniskelupaikoissa. Valiokunta katsoo tällaisen toiminnan olevan haitallista mm. nuorison kannalta."

Edellä sanotusta johtuu, että mainituissa toimipaikoissa ei saa olla mainontaa

edes siinä muodossa ja laajuudessa, jossa se on sallittu alkoholilain alaisissa vähittäismyynti- ja anniskelupaikoissa.

Esimerkiksi ns. tynnyripohjat, joissa on tietyn keskiolutmerkin nimi sellaisenaan tai alkoholijuomien valmistukseen, maahantuontiin tai myyntiin osallistuvan virallinen toiminimi tai sen vakiintunut lyhenne, johon sisältyy alkoholijuomamerkin nimi sellaisenaan tai olennaiselta osaltaan, on poistettava tai muutettava ne hyväksyttävään asuun liittämällä niihin, kuten edellä tuotenimike-toiminimeä tai sen lyhennettä käsittelevässä kohdassa on esitetty, ilmaisu, joka selvästi viittaa yrityksen valmistamiin muihin tuotteisiin kuin alkoholijuomiin. Myös tavanomainen ruokapöydissä oleva (ja edellä sanotun mukaan kielletty) mainosesineistö, kuten tuhkapit, tulitikut, pöytien numerolaput, vaatelaput jne., on poistettava eikä keskiolutpulloja ja koreja saa käyttää ikkunasomistuksessa.

Vierailut alkoholijuomien valmistukseen, maahantuontiin ja myyntiin osallistuvien toimipaikoissa

Sosiaali- ja terveysministeriö on alkoholilyhtiölle antamissaan yleisissä ohjeissa edellyttänyt, että Alko antaa mm. otsikossa tarkoitetuista vierailukäynneistä tarkoin rajatut ja käytännön kannalta tarkoituksenmukaiset ohjeet.

Tämän velvoitteen mukaisesti hallintoneuvoston ohjeissa on sanottu, että sellaisia otsikossa tarkoitettuja vierailukäynnejä, joiden yhteydessä esitellään alkoholijuomia tai niiden valmistamista yms. niihin liittyvää toimintaa, saadaan järjestää ainoastaan alkoholijuomien valmistukseen, maahantuontiin ja myyntiin osallistuville. Mainonta ja muu myynninedistämistoiminta erilaisin hyväksyttävien muodoin — kestityksineen tai ilman sitä — on näin ollen näiden käyntien yhteydessä sallittu.

Tehdaskäynnejä ja vastaavia voidaan järjestää myös muille kuin edellä tarkoitetuille; niiden yhteydessä ei kuitenkaan saa harjoittaa alkoholijuomien mainontaa eikä muuta myynninedistämistoimintaa.

Kiellettyjä ovat näin ollen esim. erityisesti järjestetyt kuvalliset ja sanalliset alkoholijuomia tai niiden valmistamista yms. niihin liittyvää toimintaa

koskevat esittelyt. Esim. käynnit pullotushalleissa, etiketöintikoneiden vieressä, alkoholijuomien varastoissa jne. eivät sellaisinaan ole ohjeiden vastaisia, kunhan itse juomiin kohdistuva esittely vältetään.

Edellä sanottu koskee soveltuvien osin myös ns. asiakasiloja, joita otsikossa tarkoitettujen toimesta järjestetään joko omissa toimitiloissa tai niiden ulkopuolella.

Messut, näyttelyt ja vastaavat

Alkoholilyhtiön hallintoneuvoston ohjeiden mukaan alkoholijuomien valmistukseen, maahantuontiin ja myyntiin osallistuvat saavat esitellä ja mainostaa messuilla, näyttelyissä ja vastaavissa toimialaansa kuuluvia alkoholijuomia, mutta ainoastaan toisille tähän toimintaan osallistuville. Esittely ja mainonta muulle yleisölle on näin ollen kielletty. Yleisillä messuilla jne. on esittely ja mainonta sallittu siis vain sellaisessa tilassa, jonne yleisöllä ei ole pääsyä. Toisaalta po. alan messut voidaan järjestää yksinomaan valmistukseen, maahantuontiin ja myyntiin osallistuville.

Ns. asiakaslehdet ja vastaavat

Alkoholijuomien mainontaa sisältävien asiakaslehtien, esitteiden, kirjeiden jne. jakaminen on sallittu ainoastaan alkoholijuomien valmistukseen, maahantuontiin ja myyntiin osallistuville. Tällöinkin on soveltuvien osin noudatettava, mitä sosiaali- ja terveysministeriön päätöksen 4. §:ssä on määrätty mainonnasta alan ammattijulkaisuissa.

Myös alkoholijuomien suora mainonta samoin kuin tekstimainonta on kielletty. Tällaisiin kiellettyihin ilmiöihin voidaan säännösten puitteissa tehokkaasti puuttua huomioon ottaen em. asetuksiin sisältyvän laaja-alaisen ”muun myynninedistämistoiminnan” määritelmän.

Yksittäistapauksittain joudutaan ratkaisemaan, onko esim. lehdessä julkaistu kirjoitus, pakina jne. sisällöltään ja kuvitukseltaan sellainen, että sitä on pidettävä ”kuluttajiin kohdistuvana toimintana,

jonka tarkoituksena on tai joka yleisen kokemuksen mukaan voi saada aikaan tai edistää alkoholijuomien menekkiä liiketoiminnassa". Esim. cocktailreseptien julkistamiseen tai alkoholijuomamerkkien mainitsemiseen lehdistössä eri yhteyksissä joudutaan valvonnassa kiinnittämään vastedes huomiota. Sellaisia kuvia, joissa esiintyy alkoholijuomapullon etiketti katsojaan päin, ei edellä sanotun huomioon ottaen voida yleensä hyväksyä.

Tässä yhteydessä on syytä kiinnittää huomiota alan liittojen välisessä työehtosopimuksessa olevaan tekstimainonnan kieltävään määräykseen, jonka mukaan toimittajalla ei ole oikeutta eikä velvollisuutta käyttää lehden tekstipalstoja liikemainontaan. Nyt käsiteltävänä olevaa mainontasäännöstöä sovellettaessa kiinnitetään huomiota myös siihen, mitä em. työehtosopimusmääräysten tulkinnasta ja sovellutuksesta käytännössä on liittojen välillä sovittu.

Eräiden muiden alkoholipitoisten aineiden mainonta

Ensimmäisen veroluokan mallasjuoman mainonta sai aikoinaan sellaisia muotoja ja sitä esiintyi mm. lehdistössä ja televisiossa siinä laajuudessa, että oli perusteltua syytä otaksua tarkoituksena olevan alkoholilain alaisen oluen piilomainonta. Tämä johti siihen, että alkoholimainontaa koskevia ohjeita tältä osin tarkistettiin ja myös TV kiristi omia ohjeitaan.

Myös nyt käsiteltävänä olevan säännösten mukaan mainostettaessa I veroluokan mallasjuomaa tai muuta enintään 2,25 paino-% etyylialkoholia sisältävää juomaa tulee selvästi käydä ilmi, ettei kysymyksessä ole alkoholilain tai keskiolutlain alainen alkoholijuoma (esim. keskiolut, siideri). Tämän ohjeen noudattamista valvottaessa tullaan käytännössä kiinnittämään huomiota mainitun mainonnan sekä sanalliseen että kuvalliseen laajuuteen ja muotoon. Tarkastelun kohteena on myös mainoksien koko ja niiden ilmestymistiheys. Toivottavaa on, että mainonta myös tältä osin pysyisi hillittyinä ja asiallisena.

VALVONNASTA JA SIIRTYMÄKAUDESTA

Alkoholijuomien mainonnan samoin kuin mainontaa ja muuta myynninedistämistä

toimintaa koskevan kiellon noudattamisen välittömästä valvonnasta huolehtii alkoholiyhtiö. Valvontaa suorittavat lisäksi paikallisella tasolla kunnalliset alkoholitarkastajat, ja keskiolutlain nojalla poliisi. Valvontatehtävän onnistumisen kannalta on tärkeätä, että myös tällä valvontakentän alueella valvonnan suorittajat ovat riittävästi yhteistoiminnassa keskenään. Kun Alkolle on asetettu keskeinen tehtävä valvontatyössä, olisi yhteisen käytännön aikaansaamiseksi tarkoituksenmukaista, että ennen muihin toimenpiteisiin ryhtymistä muiden valvojien toimesta yleensä otettaisiin yhteys Alkon paikallisiin edustajiin — joko paikallisosastoon tai aluekonttoriin — tai suoraan pääkonttoriin, joiden puoleen muutoinkin voidaan kääntyä po. säännösten tulkintaa ja sovellutusta koskevissa kysymyksissä.

Jos Alkon palveluksessa oleva on säännösten nojalla ryhtynyt alkoholijuomien valmistukseen, maahantuontiin tai myyntiin osallistuvaa kohtaan toimenpiteeseen, joka loukkaa tämän yksityistä oikeutta, saa toimenpiteen kohteeksi joutunut hakea siihen oikaisua yhtiön hallintoneuvostolta. Oikaisuvaatimuksen tekemiselle ei ole säädetty määräaikaa. Menettelystä saa tarkempia tietoja Alkon paikallisilta edustajilta.

Säännöstöä sovelletaan 1. päivästä maaliskuuta 1977 lukien, johon mennessä alkoholijuomien valmistukseen, maahantuontiin ja myyntiin osallistuvien tulee osaltaan huolehtia kielletyiksi tulevien ulko- tms. mainosten poistamisesta sekä muutoinkin kielletyiksi katsottavan mainonta- ja myynninedistämistoiminnan lopettamisesta. Toimenpiteisiin on ryhdyttävä viivytyksittä. Asian laadun ja laajuuden huomioon ottaen on kuitenkin päätetty siitä, että alkoholijuomatehtaiden, panimoiden ja myyntivarastojen käytössä olevassa kuljetuskalustossa on merkinnät saatettava säännösten mukaisiksi tosin niin ikään ilman viivytyksiä, mutta kuitenkin viimeistään vuoden 1977 loppuun mennessä. Muissa tapauksissa viivytykset ja siitä aiheutuvat mahdoli-

set seuraamukset harkitaan joka kerta erikseen.

Tärkeätä ja kaikkien osapuolien edun mukaista on, että alkoholijuomien valmistukseen, maahantuontiin ja myyntiin osallistuvat omin toimenpitein pyrkivät keskuudessaan valvomaan, että säännöstöä jo siirtymävaiheessa ja myös sen jälkeen joka suhteessa noudatetaan.

Näiden säännösten, määräysten ja ohjeiden tullessa voimaan kumoutuvat samalla 1. 10. 1972 lukien voimassa olleet sosiaali- ja terveysministeriön sekä alkoholiyhtiön hallintoneuvoston antamat asiaa koskevat ohjeet. Samalla päättyy Alkon avuksi alkoholijuomien mainontaa koskevissa asioissa perustetun Alkoholi-mainonnan valvontakunnan toiminta.

Alkoholipolitiikka Vol. 42: 60—69, 1977